

RAPPORT

EFFEKT MÅLING AV NASJONALE TURISTVEGER

- Lokaløkonomiske effekter av de nasjonale turistvegene Senja og Gaularfjellet



Bergsbotn utsiktspunkt, Nasjonal turistveg Senja. Foto: Jiri Havran

MENON-PUBLIKASJON NR. 52/2019

Av Anders Helseth, Bettina Engebretsen, Endre Kildal Iversen



Forord

På oppdrag for Turistvegseksjonen i Statens vegvesen har Menon Economics gjort en effektmåling av turistvegstrekingene Senja og Gaularfjellet. Målet med oppdraget var å gjennomføre en ex post effektmåling av vegstrekingene for å undersøke om strekingene har hatt en positiv virkning på reiselivet lokalt og eventuelt hvor stor effektene har vært. Denne rapporten kan sees på som en utvidelse av rapporten fra 2017 som analyserte turistvegstrekingene Varanger og Rondane.

Effektmålingen har vært ledet av Anders Helseth, med Bettina Engebretsen som prosjektmedarbeider. Endre Kildal Iversen har vært kvalitetssikrer.

Menon Economics er et forskningsbasert analyse- og rådgivingselskap i skjæringspunktet mellom foretaksøkonomi, samfunnsøkonomi og næringspolitikk. Vi tilbyr analyse- og rådgivningstjenester til bedrifter, organisasjoner, kommuner, fylker og departementer. Vårt hovedfokus ligger på empiriske analyser av økonomisk politikk, og våre medarbeidere har økonomisk kompetanse på et høyt vitenskapelig nivå.

Vi takker Statens vegvesen for et spennende oppdrag. Vi takker også alle intervjuobjekter for gode innspill underveis i prosessen. Forfatterne står ansvarlig for alt innhold i rapporten.

Juni 2019

Anders Helseth
Prosjektleder
Menon Economics

Innhold

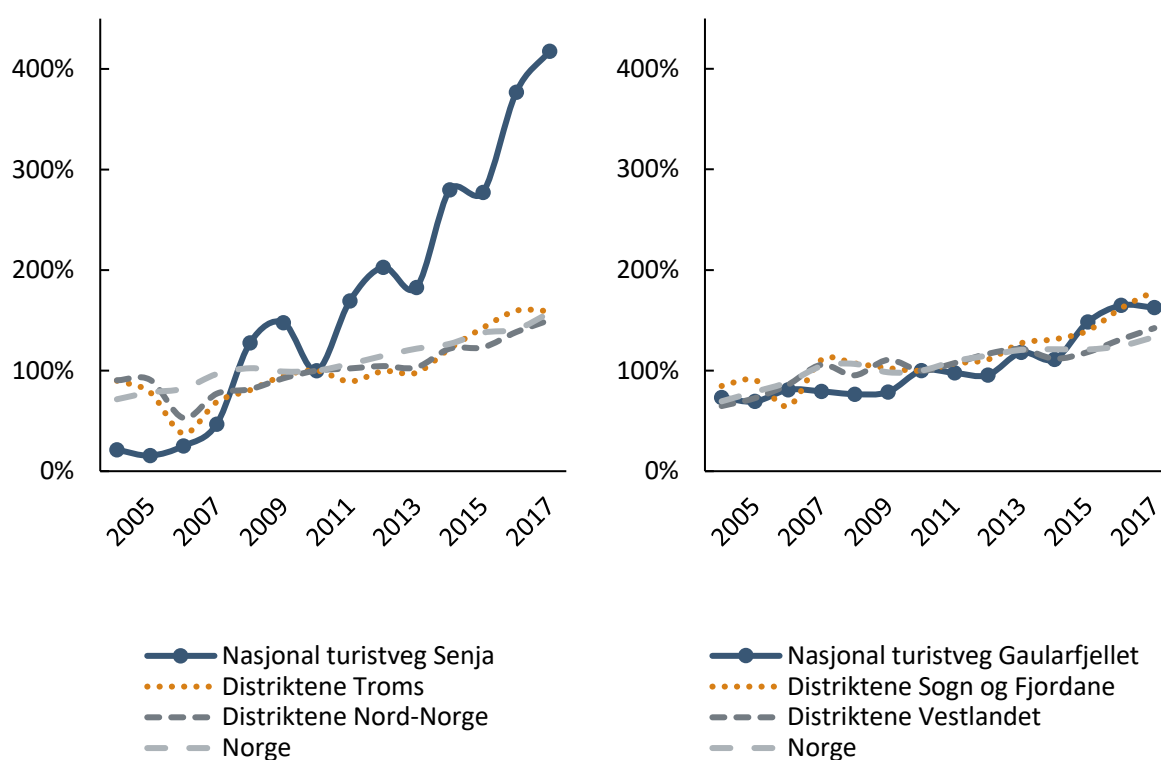
SAMMENDRAG	3
ENGLISH SUMMARY	5
1. INNLEDNING OG METODE	7
1.1. Nasjonale turistveger tilgjengeliggjør norsk natur for rundreiseturister	7
1.2. Formålet er å undersøke hvorvidt Nasjonale turistveger skaper lokale verdiskapingseffekter	9
1.3. Metode for å identifisere økonomiske virkninger	11
1.3.1. Innsirkle: Velge ut relevante bedrifter og referansegrupper	11
1.3.2. Tallanalyse: Hente ut regnskapstall og finne utvikling over tid	12
1.3.3. Vurdere effekt: Isolere effekten av Nasjonale turistveger	13
2. NASJONAL TURISTVEG SENJA	14
2.1. Vegstrekingen	14
2.2. Datagrunnlaget	15
2.2.1. Bedriftene i influensområdet	16
2.2.2. Referansegruppene	17
2.3. Økonomisk utvikling over tid	18
2.4. Vår vurdering av økonomiske effekter	20
3. NASJONAL TURISTVEG GAULARFJELLET	21
3.1. Vegstrekingen	21
3.2. Datagrunnlaget	22
3.2.1. Bedriftene i influensområdet	23
3.2.2. Referansegruppene	24
3.3. Økonomisk utvikling over tid	25
3.4. Vår vurdering av økonomiske effekter	27
4. KONKLUSJON OG ANBEFALINGER	29

Sammendrag

Menon Economics har på oppdrag for Turistvegseksjonen i Statens vegvesen gjennomført en ex post effektmåling av turistvegstrekingene Senja og Gaularfjellet. Formålet med oppdraget har vært å undersøke om strekningene har hatt en positiv virkning på reiselivet lokalt. Analysene er gjennomført med samme metodikk som ble utviklet i forbindelse med effektmålingene av de Nasjonale turistvegene Varanger og Rondane i 2017.

Vår analyse finner at reiselivsrelatert næringsliv har vokst langt mer langs Nasjonal Turistveg Senja enn i sammenlignbare områder. Det reiselivsrelaterte næringslivet langs Nasjonal turistveg Gaularfjellet har vokst mer enn tilsvarende næringsliv i Norge og på Vestlandet, men utviklingen er tilnærmet lik som for reiselivet i distriktene i Sogn og Fjordane ellers¹. Figuren under viser den indekserte utviklingen innen reiselivsbedrifter langs turistvegene sammenlignet med lignende bedrifter lokalt og nasjonalt.

Figur 1: Verdiskapingsvekst i reiselivsbedrifter langs Nasjonal turistveg sammenlignet med lignende reiselivsbedrifter i andre regioner, Indeksår – 2010. Kilde: Menon



Vi vurderer at satsingen på Nasjonale turistveger har hatt positiv effekt på det reiselivsrelaterte næringslivet langs begge strekninger. Den høye veksten langs Nasjonal turistveg Senja kommer sannsynligvis som følge av både økt underliggende vekst i turisme rundt Tromsø og arbeidet med installasjoner og markedsføring av turistvegen.

¹ Distriktene foruten influensområdene til de tre andre turistvegene i Sogn og Fjordane

Effekten er lavere og mindre tydelig langs Nasjonal turistveg Gaularfjellet. Dette er ikke uventet av følgende hovedårsaker.

- Gaularfjellet må i større grad sees på sammen med nærliggende attraksjoner som en del av en større opplevelse.
- Det er enda sterkere konkurranse på naturopplevelser fra nærliggende turistattraksjoner i den regionen Nasjonal turistveg Gaularfjellet tilhører enn i området rundt Nasjonal turistveg Senja.
 - o Attraksjoner som tiltrekker mange turister årlig og som gir Gaularfjellet sterk konkurranse er eksempelvis Aurlandsdalen og Jostedalshorn nasjonalpark.
- Mer utviklet reiselivsnæring langs Nasjonal turistveg Gaularfjellet i begynnelsen av perioden gjør den relative veksten lavere
 - o Reiselivsnæringen var svært liten langs Nasjonal turistveg Senja. Turistvegen sammenfaller med både etablering av bedrifter og eventyrlig vekst langs strekningen.
 - o Reiselivsnæringen langs Nasjonal turistveg Gaularfjellet var langt mer utviklet gjennom at det historisk har vært et mer populært reisemål.

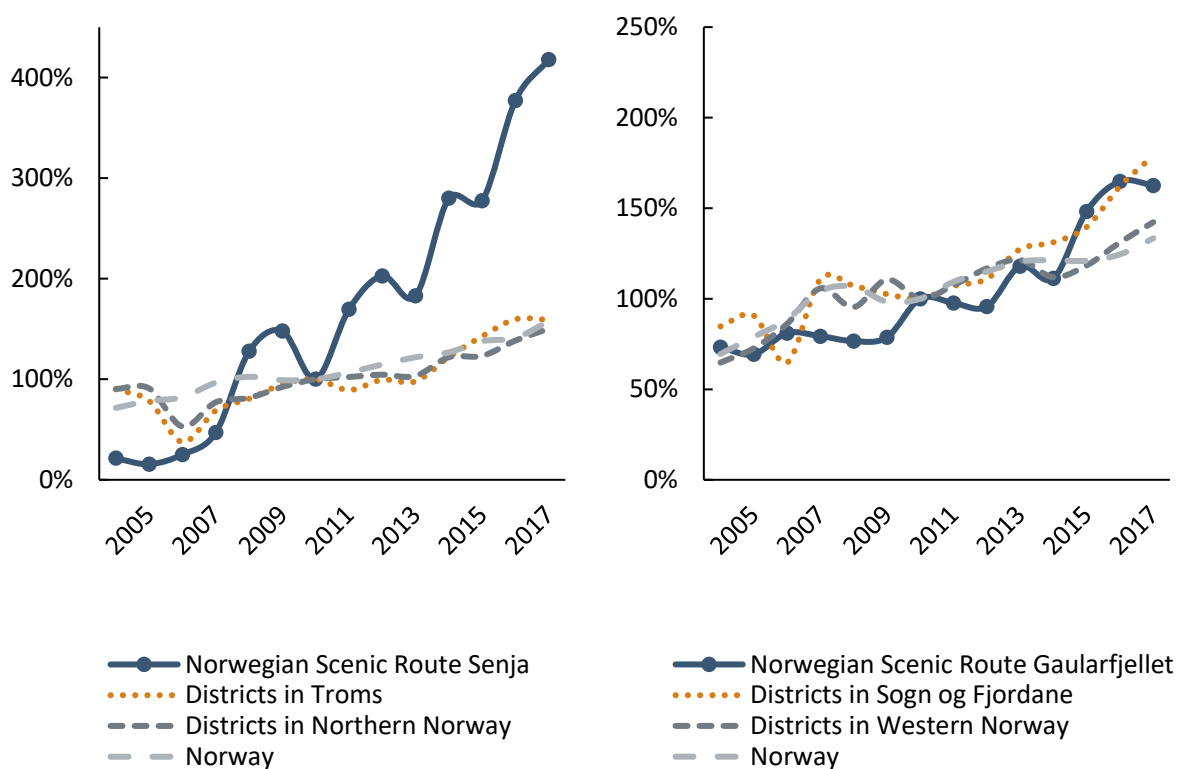
Utviklingen i verdiskaping er kvalitativt vurdert ved hjelp fra intervjuer gjennomført av Statens vegvesen. Menon har fått tilgang til referat fra 38 intervjuer gjennomført av Statens vegvesen parallelt med vårt prosjekt. Tilbakemeldingene fra intervjuene støtter vår konklusjon om at de nasjonale turistvegene har hatt en positiv effekt på lokal reiselivsnæring både på Senja og Gaularfjellet.

English summary

Menon Economics has on behalf of the Norwegian Scenic Routes section of the Norwegian Public Roads Administration, carried out an ex post impact study of the Scenic Route Senja and Gaularfjellet. The purpose of the project was to investigate whether the roads have had a positive impact on tourism locally. The analysis was carried out using the methodology developed in connection with a previous Menon study on the impact of Norwegian Scenic Routes Varanger and Rondane in 2017.

The analysis finds that tourism-related business has grown faster along the Norwegian Scenic Route Senja than in comparable areas. The tourism-related business sector along the Scenic Route Gaularfjellet has grown more than the comparable business sector in Norway and in Western Norway, but the development is virtually the same as for tourism in the Sogn og Fjordane district otherwise. The charts below show that the indexed development in tourism companies along the Scenic Routes compared to similar companies locally and nationally.

Figure 2: Value added in tourism companies along the Norwegian Scenic Routes compared to similar tourism companies in other regions, Index year – 2010. Source: Menon



We conclude that the investment in and promotion of Norwegian Scenic Routes has had a positive effect on tourism-related businesses along both routes. The strong growth in value-added along the Scenic Route Senja is most likely a result of both increased underlying tourism growth in the Tromsø area and the investment in amenities and marketing along the tourist route.

The effect is lower and less evident along the Scenic Route Gaularfjellet. This is not unexpected for the following main reasons.

- Gaularfjellet must to a greater extent be analysed in conjunction with nearby attractions as part of a larger experience.
- There is even stronger competition on nature experiences from nearby tourist attractions in the region the Norwegian Scenic Route Gaularfjellet belongs to, than in the area around the Norwegian Scenic Route Senja. Attractions which attract many tourists annually and which give Gaularfjellet strong competition are, for example, Aurlandsbreen and Jostedalbreen National Park.
- The tourism industry along the Scenic Route Gaularfjellet was already somewhat more developed than that around Senja, which point to lower growth rates.
 - o The tourism industry was quite small along the Scenic Route Senja. The tourist road coincides with both the establishment of businesses and growth along the road.
 - o The tourism industry along the Scenic Route Gaularfjellet was more developed because it historically has been a more popular destination.

The development in value-added is qualitatively assessed with the help of interviews conducted by the Norwegian Public Roads Administration. Menon has been given access to minutes from 38 interviews and the feedback from the respondents supports our conclusion that the Norwegian Scenic Roads have had a positive effect on local tourism industry on both Senja and Gaularfjellet.

1. Innledning og metode

Formålet med denne rapporten er å måle hvorvidt det har vært effekter av Nasjonale turistveger på lokalt næringsliv langs turistvegene Senja og Gaularfjellet. Analysene i rapporten er utarbeidet med samme metodikk som ble brukt til effektmålingene av Nasjonal turistveg Rondane og Nasjonal turistveg Varanger i 2017².

Rapporten består av fire kapitler. I det første kapitlet tar vi for oss bakgrunnen for studien og vår metode. Deretter analyseres effekten av Nasjonal turistveg Senja og effekten av Nasjonal turistveg Gaularfjellet i henholdsvis andre og tredje kapittel. I rapportens siste og fjerde kapittel følger en konklusjon med forslag til ytterligere effektmålinger til slutt.

Mye av første kapittel er gjentakelse fra rapporten i 2017. Lesere med dette friskt i minne kan derfor hoppe direkte til kapittel 1.3.1 hvor influensområdene til turistvegene Senja og Gaularfjellet presenteres.

1.1. Nasjonale turistveger tilgjengeliggjør norsk natur for rundreiseturister

Nasjonale turistveger skal være en inngang til opplevelse og økt forståelse for natur og kultur. Med inspirasjon fra de amerikanske «scenic byways», de tyske «Romantische Strasse» og vinruter i Frankrike, ble turistvegprosjektet startet opp i 1994.

Det er 18 utvalgte veistrekninger som inngår i satsningen Nasjonale turistveger. De utvalgte vegene er varierte og går gjennom landskap med unike naturkvaliteter, langs kyst og fjorder, fjell eller fosser. Strekningene skal være et godt alternativ til hovedvegene og kjøreturen i seg selv skal være en god opplevelse.

² Effektmåling av Nasjonale Turistveger – lokaløkonomiske effekter av de nasjonale turistvegene Rondane og Varanger, Menon (2017)

Figur 3: Eksempler på fullførte prosjekter fra Nasjonale turistveger.

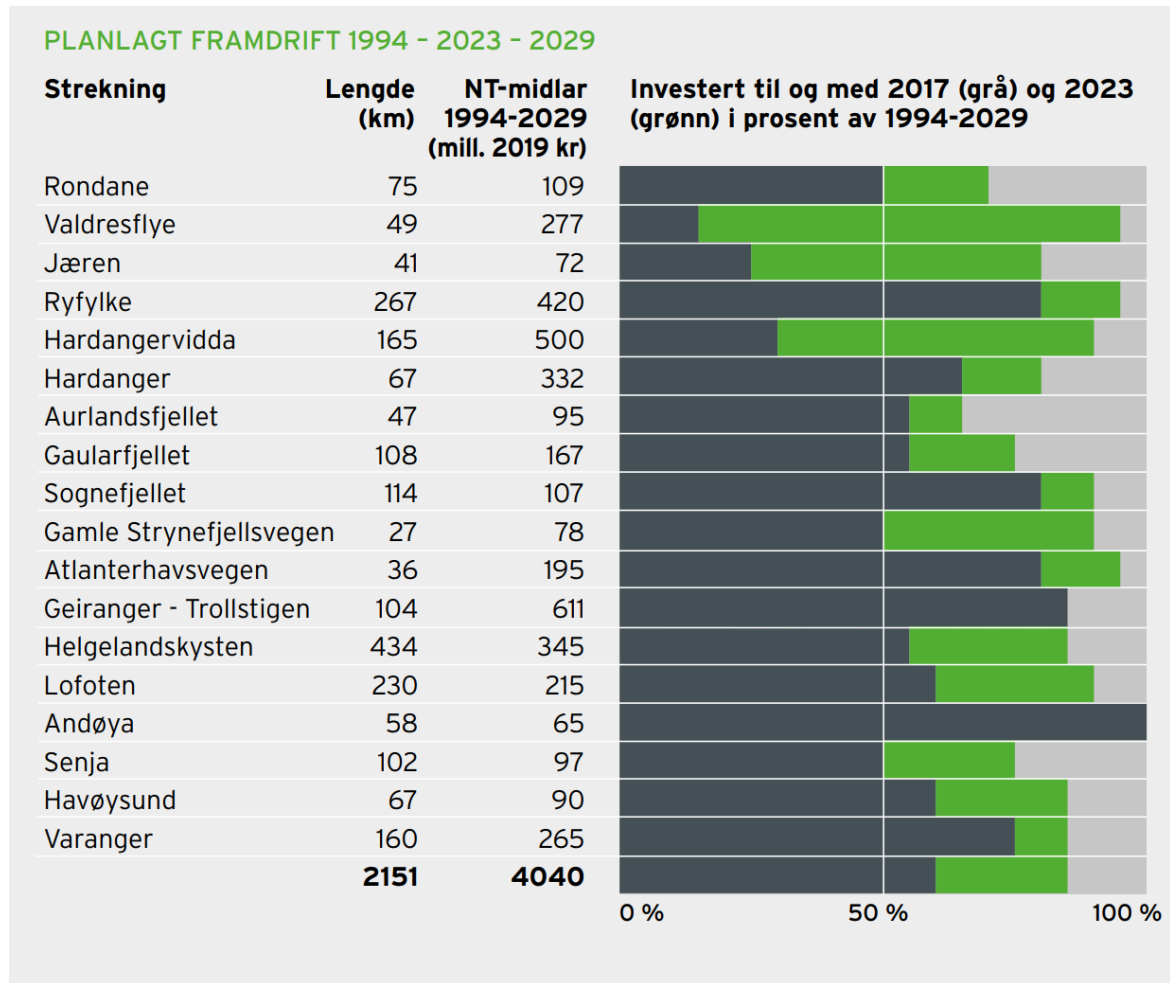
Øverst til venstre: Utsiktspunktet Ørnesvingen med utsikt over Geirangerfjorden. Øverst til høyre: Trollstigen utsiktsplattform. Nederst til venstre: Utsikten Gaularfjellet. Nederst til høyre: Minnehallen på Steilneset i Vardø.



Naturopplevelsen er selve hovedattraksjonen langs de nasjonale turistvegene. Prosjektet Nasjonale turistveggers hovedoppgave er å forsterke naturopplevelsen med nyskapende arkitektur og tankevekkende kunst på tilrettelagte utsiktspunkter og rasteplasser. Dette skal gi vegfarende turister opplevelser som frister til lengre opphold og flere besøk. Målsettingen med prosjektet er å gjøre Norge til et enda mer attraktivt reisemål som bidrar til å styrke næringslivet og bosettingen i distriktene.

Arkitekturen langs de nasjonale turistvegene skal være dristig og nyskapende samtidig som den formidler stemningen på stedet. Det unike er viktig, men samtidig skal man tilfredsstillende konkrete funksjoner som rast, parkering, stier, utsikt, informasjon, søppelhåndtering og toaletter. Valg av materialer og utførelse skal i tillegg ha kvaliteter som gjør at turistvegtiltaket er varig, står seg godt over tid og gir lave drifts- og vedlikeholdskostnader. Så langt har vel 50 arkitekter, landskapsarkitekter og kunstnere vært i aksjon. For mange unge arkitekter har Nasjonale turistveger fungert som et springbrett og flere har vunnet priser og høstet internasjonal annerkjennelse for sitt arbeid. Tabellen under gir en oversikt over framdrift i prosjektene fra 1994 til og med 2017 og fremover i tid.

Figur 4: Oversikt over midler investert fram til og med 2017 og planlagte investeringer framover. Kilde: Turistvegarbeidet 2018 | 2019, Nasjonale turistveger



I dag er over godt over halvparten av arbeidet med å klargjøre de nye attraksjonene ferdiggjort, men fullføringsgraden varierer mellom de ulike strekningene. Etter planen skal turistvegstrekingene være fullverdige turistveger i 2024, og ferdigstilles til 2029. Da skal de 18 turistvegstrekingene framstå som en helhet med nærmere 250 rasteplasser og utsiktspunkt.

1.2. Formålet er å undersøke hvorvidt Nasjonale turistveger skaper lokale verdiskapingeffekter

Nasjonale turistveger påvirker turisme til Norge og reiselivet i Norge på flere ulike måter.

Nasjonale turistveger påvirker turister tidlig i planleggingsprosessen og genererer trafikk til Norge. Prosjektet har skapt stor oppmerksomhet gjennom en rekke presseoppslag i utenlandske og norske medier, og trekkes også fram i Innovasjon Norges profilering av Norge. Oppmerksomheten kan bidra til at turister i både inn- og utland velger Norge som reisemål med økt nettoeksport av reiselivstjenester som følge. Oppmerksomheten bidrar sannsynligvis til trafikk i regioner med nasjonale turistveger, også med andre fremkomstmidler enn bil. Dersom Nasjonale turistveger bidrar til økt trafikk i regionene de er plassert bidrar også turistvegene til økt reiselivsrelatert forbruk langs vegene og i bredere områder rundt vegene.

Nasjonale turistveger påvirker rundreiseturistenes opplevelser i Norge. Ved å tilføre strekningene nyskapende arkitektur, flotte rasteplasser og servicefasiliteter bidrar Nasjonale turistveger til å øke kvaliteten på rundreiseturistenes opplevelser og leder trafikk mot de samme ferdssårene. De nasjonale turistvegene skaper direkte økt nytte for turistene gjennom flott arkitektur og gode fasiliteter. De nasjonale turistvegene skaper indirekte økt nytte gjennom at reiselivsnæringen koordinerer seg rundt turistvegene og tilbyr turistene flere og bedre tjenester.

Figur 5: Menon analyserer lokale effekter av Nasjonale turistveger. Det meste av nasjonale og regionale effekter vil komme i tillegg.



Nasjonale turistveger kan bidra til bedret bosteds- og arbeidsmarkedsattraktivitet i lokale regioner. Dersom inntektsgrunnlaget for næringen langs vegene øker, vil det gi mer verdiskaping og gjerne flere arbeidsplasser. Videre vil det kunne gi et bedre tilbud av varer, tjenester og opplevelser for lokalbefolkningen. Flere arbeidsplasser og et bedre tjenestetilbud kan gjøre det enklere for andre bedrifter å rekruttere arbeidskraft til regionen.

Å måle overnevnte effekter kan imidlertid være metodisk utfordrende. Man kan måle oppmerksomheten Nasjonale turistveger har skapt i inn- og utland i form av oppslag i konvensjonelle medier og treff på sosiale medier, men det er vanskeligere å beregne hvor mye turisme oppmerksomheten har generert i Norge. Så lenge man har vanskeligheter med å fastslå hvor mye økt trafikk de nasjonale turistvegene har skapt i Norge er det også utfordrende å beregne total verdiskaping skapt av de nasjonale turistvegene.

En mulig metode for å stadfeste eventuelle effekter av Nasjonale turistveg-prosjekter er å analysere utviklingen i relevante bedrifter over tid. Selv om Nasjonale turistveg-prosjekter kan skape verdiskapingseffekter for bedrifter i større regioner, kan betydningen av Nasjonale turistveger forventes å være sterkere jo nærmere turistvegprosjektet bedriftene er lokalisert.

Formålet med denne undersøkelsen er å kartlegge om de nasjonale turistvegene skaper lokal økonomisk verdiskaping for bedrifter langs turistvegene.³ Regnskapstall viser hvordan lokalt næringsliv påvirkes av endringer i turisme. Siden regnskapstall ikke gir informasjon om hvem som er bedriftenes kunder og hvor viktig turistvegen er for inntektene, må man sammenligne bedriftenes utvikling over tid med lignende bedrifter i lignende regioner uten turistveg for å måle nasjonale turistvegers effekt på lokalt næringsliv. Vi har avgrenset et «influensområde» langs de nasjonale turistvegene, hvor vi, i samråd med Statens vegvesen, vurderer at effekten av turistvegene er sterkest. Influensområdet er postkretsene hvor de Nasjonale turistvegene er plassert.

1.3. Metode for å identifisere økonomiske virkninger

Menons metode for å identifisere de økonomiske virkningene av turistvegsatsningene på Senja og Gaularfjellet starter med **innsirkling** av relevante bedrifter i avgrensede geografiske områder og finne lignende bedrifter å sammenligne med. Deretter henter vi ut og **analyserer** regnskapstall for både bedrifter påvirket av satsningen og referansebedriftene. Til slutt **vurderer vi effekt**, altså hvorvidt utviklingen i bedriftene kan knyttes til effekter fra Nasjonale turistveger eller ikke.

Figur 6: Prosess for å identifisere effekter av Nasjonale turistveger



1.3.1. Innsirkle: Velge ut relevante bedrifter og referansegrupper

Menon identifiserer bedriftene som blir påvirket av den nasjonale turistvegen ved bruk av regnskapsdata og Menons reiselivspopulasjon. Influensområdet er bestemt i samråd med oppdragsgiver og avgrenses på postnummernivå.

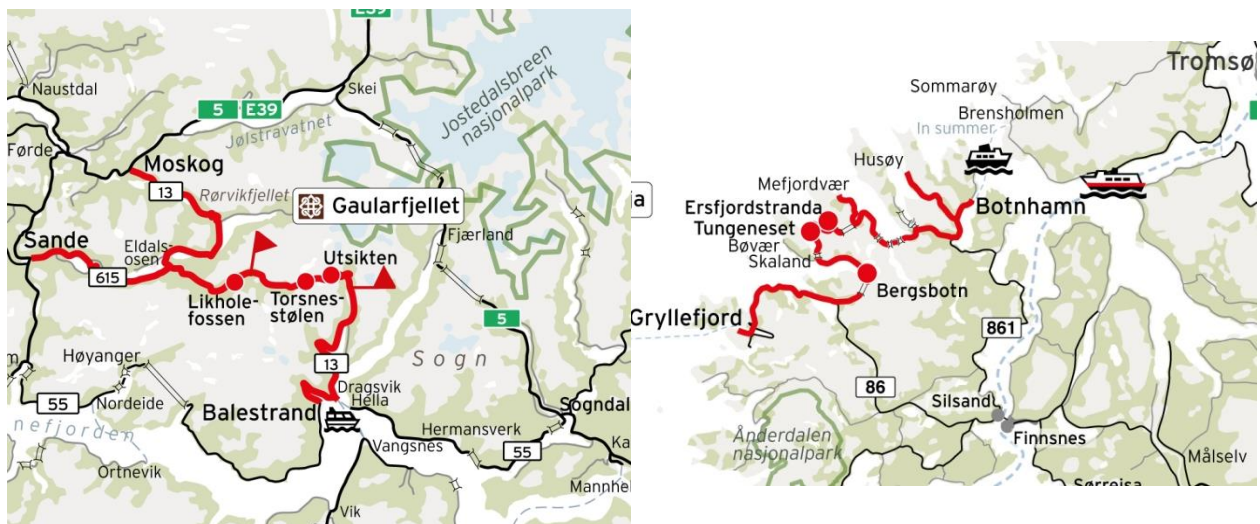
For å få fram tall på verdiskaping og sysselsetting benytter vi Menons regnskapsdatabase. Regnskapsdatabasen inneholder regnskapsinformasjon for alle foretak i Norge med plikt til å levere regnskap til Brønnøysundregistrene. Databasen er blitt utviklet gjennom flere år, og herfra kan vi trekke ut informasjon om samtlige rapporteringspliktige reiselivs- og handelsbedrifter i Norge. Vi identifiserer reiselivs- og handelsbedriftene med utgangspunkt i ulike bransjekoder som til sammen utgjør reiselivsnæringens bransjer overnatting, servering, transport, formidling og opplevelser og detaljhandel. I dette prosjektet analyseres det stedsbudne reiselivet, det vil si opplevelsesbransjene overnatting, servering og aktiviteter og kultur.

³ Økonomisk verdiskaping, også kalt bruttoprodukt, er bedrifters omsetning minus vare- og tjenestekjøp, noe som tilsvarer lønnskostnader og driftsresultat (EBITDA). Bedrifters og offentlige virksomheters samlede verdiskaping summerer seg opp til et lands BNP.

Regnskapsdatabasen inneholder kun bedrifter som er rapporteringspliktige til Brønnøysund, noe som innebærer at det er en del mindre bedrifter som ikke fanges opp. De ikke-rapporteringspliktige bedriftenes andel av den totale verdiskaping er imidlertid liten, rundt 5 prosent på landsbasis. Dette vil derfor ikke gi de store utslagene for den helhetlige vurderingen. En stor fordel med databasen er at den inneholder virksomhetsdata, det vil si at foretak som har virksomheter registrert lokalt, men som har hovedkontor i andre deler av landet, også er inkludert. På denne måten får vi synliggjort den verdiskapingen og sysselsettingen som faktisk finner sted i influensområdet, uavhengig av hvor foretakets hovedkontor er lokalisert.

Influensområdet for Nasjonal turistveg Senja strekker seg fra Botnham til Gryllefjord, mens influensområdet for Nasjonal turistveg Gaularfjellet går fra Balestrand til Moskog og mellom Sande og Eldalsosen. Vi undersøker det stedbundne reiselivet innen bransjene overnatting, servering, aktivitet og kultur, mens vi undersøker utviklingen i detaljhandel for seg selv. Detaljhandel har større andeler av inntektene fra lokalbefolkningen og hytteturister enn reiselivsnæringen ellers, slik at effekten fra turistvegene kan «overdøves» av annen omsetning.

Figur 7: De nasjonale turistvegene Gaularfjellet (t.v.) og Senja (t.h.)



Vi identifiserer også referansegrupper i fylke, i landsdel og nasjonalt. Her lager vi referansegrupper basert på tiltaksbedriftenes næringskoder, såkalte «speilbilder» av de aktuelle bedriftene i hvert influensområde. Referansegruppene består av bedrifter som driver med så lik næringsvirksomhet som mulig med ulike geografiske avgrensninger.

1.3.2. Tallanalyse: Hente ut regnskapstall og finne utvikling over tid

Når bedrifter og referansegrupper er valgt henter vi ut og kvalitetssikrer regnskapstall for hver av gruppene. En viktig oppgave er å innhente tall for de syntetiske referansegruppene. Referansegruppene vektet etter tiltaksbedriftenes næringsvirksomhet ved startåret for analysen. Når tallene er hentet ut, sammenstilles og analyseres tiltaksbedriftenes vekst relativt til de syntetiske referansegruppene.

1.3.3. Vurdere effekt: Isolere effekten av Nasjonale turistveger

I steg tre vurderer vi hvordan tiltaksbedriftenes vekst skiller seg fra de syntetiske referansegruppene, og hvorvidt en eventuelt sterkere vekst i tiltaksbedriftene enn i referansegruppene skyldes satsning på Nasjonale turistveger. Ved å konstruere gode syntetiske referansegrupper sørger vi for å kontrollere for egenskaper knyttet til virksomhet, og sammenligning med lignende bedrifter over tid bidrar til å kontrollere for konjunkturedringer som ikke må tilegnes tiltakene. Resultatene av vår regnskapsanalyse sammenstilles med **38 intervjuer** gjennomført av Statens vegvesen i forbindelse med disse to strekningene.

2. Nasjonal turistveg Senja

Vår konklusjon er at Nasjonal turistveg Senja har økt verdiskapingen til reiselivsbedrifter langs traseen. I perioden 2010 til 2017 har reiselivsbedriftene langs Nasjonal turistveg Senja mer enn firedoblet sin verdiskaping. Veksten har vært langt høyere enn i sammenlignbare bedrifter i Troms, Nord-Norge og på nasjonalt nivå. Vi finner også at turistvegen har økt lokale handelsbedrifters verdiskaping.

2.1. Vegstrekingen

Nasjonal turistveg Senja går mellom Gryllefjord og Botnhamn, med korte avstikkere til Mefjordvær og Husøy, og strekker seg over 102 km. Området blir ofte kalt «et Norge i miniatyr» og er kjent for sitt svært varierte landskap. Yttersiden av øyen er preget av dramatiske fjell med spisse tinder opptil 1004 meter over havet, eksempelvis Breitindens søndre topp. De stupbratte fjellene er omgitt av dype botner og trange søkk, samtidig som landskapet også er preget av idyllisk skjærgård og flotte strender. På øyens østside, mot Gisundet, består berggrunnen av glimmerskifer og terrenget fremstår som mer vennlig med bølgende åser og bjørkeskog. I vest er de harde dypbergartene granitt og gabbro mest fremtredende. Lengst sør på Senja er det berglendt med både jevne svaberg og furuskog. I dette området ligger også Ånderdalen nasjonalpark.

Figur 8: Kart over øyen Senja og Nasjonal turistveg Senja



Norges nest største øy huser totalt 7 864 innbyggere og utgjør et areal på totalt 1 589 kvadratkilometer, som fordeler seg på kommunene Berg, Torsken, Tranøy og deler av Lenvik. Sammen med Nasjonal turistveg Andøya danner den nasjonale turistvegen langs Senja et ytre alternativ til E6 og Hurtigruten. Ettersom Senja er en øy må man ta seg dit via bro fra fastlandet eller med ferge fra Tromsø eller Andenes. Flest folk er bosatt langs Gisundet på innsiden av øyen, der vi også finner Senjas største tettsted, Silsand. Det største fiskeværret er Gryllefjord, som

ligger i Torsken kommune. Senja kan også skilte med en rekke museer, blant annet Samemuseet i Kaperdalen, Hofsøya Bygdemuseum og Kveitmuseet i Skrolsvik. Senjens Nikkelverk ved Hamn, der det første elektrisitetsverket basert på vannkraft ble startet i 1882, er også en attraktiv historisk severdighet.

Figur 9: I Bergsbotn kan du nyte utsikten over Bergsfjorden og de høye fjellene rundt fra en 44 meter lang utsiktsplattform. © Foto: Trine Kanter Zerwekh/Statens vegvesen



Under følger en oversikt over tidspunkt for ferdigstilling for de viktigste utbyggingsprosjektene langs turistvegen.

Tabell 1: Kronologisk oversikt over fullførte prosjekter på Nasjonal turistveg Senja

Installasjon	Fullføringsår
Utsiktspunkt med toalett Tungeneset	2008
Utsiktspunkt Bergsbotn	2010
Parkeringsplass med bobiltømmestasjon ved Senjatrollet (Senjatrollet brant forøvrig ned i mars 2019)	2013
Toalett Ersfjordstranda, «Gulldassen»	2014
Utsiktspunkt og rasteplass i Mefjordvær	Planlagt ferdig i 2020

2.2. Datagrunnlaget

Vi benytter Menons regnskapsdatabase for å få fram tall på verdiskaping og analyserer det stedsbudne reiselivet, det vil si opplevelsibransjene overnatting, servering og aktiviteter og kultur, samt handelsbransjen.

2.2.1. Bedriftene i influensområdet

Influensområdet fra Nasjonal turistveg Senja strekker seg langs fylkesvei 86 og 862, fra Gryllefjord til Botnhamn. Influensområdet avgrenses på postnummer og inkluderer Torsken, Gryllefjord, Skaland, Senjahopen, Fjordgard, Husøy og Botnham.

Det er totalt 32 aktive⁴ rapporteringspliktige reiselivs- og handelsbedrifter i vårt definerte influensområde. 23 av disse opererer i opplevelsesbransjene overnatting, servering og aktivitet og kultur, mens 9 bedrifter driver detaljhandel og annen turistrelatert handel. I tabell 2 vises deskriptiv statistikk over bedriftene og deres verdiskaping brutt ned på influensområdets postkretser.

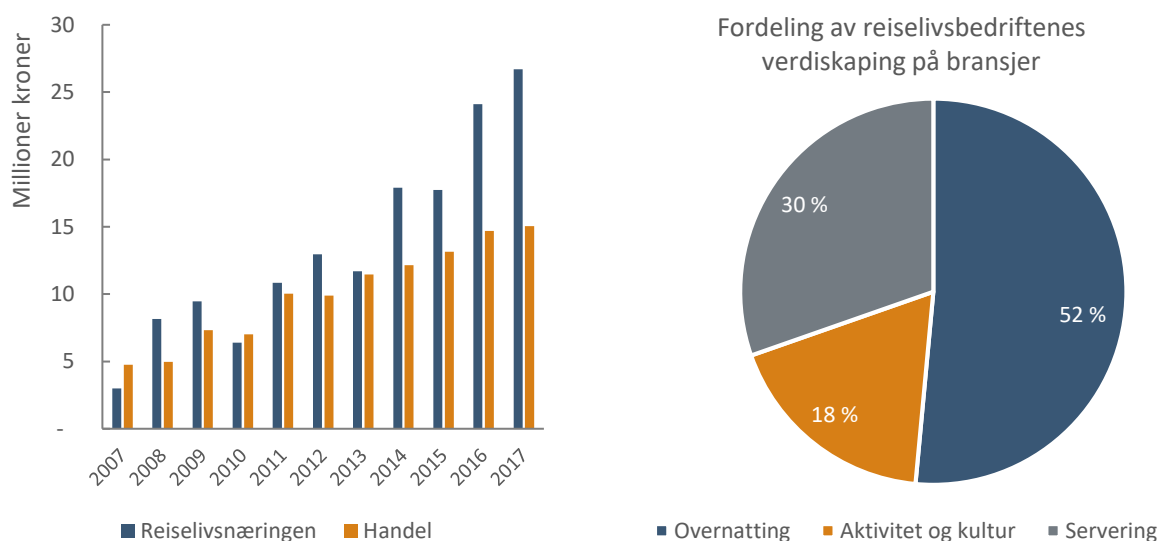
Tabell 2: Rapporteringspliktige reiselivs- og handelsbedrifter etter postkretser langs Nasjonal turistveg Senja (2017). Kilde: Menon

Poststed	Antall reiselivs- og handelsbedrifter	Verdiskaping i reiseliv og handel (mill. nok)	Største reiselivsbedrift
9385 Skaland	11	19,3	Hamn i Senja
9386 Senjahopen	7	12,0	Mefjord Brygge
9380 Gryllefjord	6	3,6	Norfish
9373 Botnhamn	6	3,4	Fjordbotn
9389 Husøy i Senja	1	2,5	-
9388 Fjordgard	3	0,9	Segla Grill og Pub
9381 Torsken	1	(Omsatte for 183 000 kroner, men hadde negativ verdiskaping)	Torskenkrogen

Tabellen viser at mesteparten av reiselivsrelatert næringsvirksomhet foregår i de to postkretsene Skaland og Senjahopen. Skaland står for over 60 prosent av verdiskapingen blant de rapporteringspliktige reiselivsbedriftene i influensområdet, mens tilsvarende andel for Senjahopen er 30 prosent. Skaland fremstår som det mest urbane stedet i influensområdet med flere mindre serveringssteder. Ett selskap, Hamn i Senja, står imidlertid for over 40 prosent av den totale verdiskapingen i postkretsen. Selskapet har hatt en svært positiv utvikling de siste årene og tilbyr sine gjester både overnatting, servering og aktivitet og kultur. På Senjahopen er det også ett dominerende selskap, Mefjord Brygge, som står for en stor andel av reiselivets verdiskaping i postkretsen. Figuren under til venstre viser utviklingen i absolutt verdiskaping innen reiselivsnæring og handel i influensområdet. Figuren under til høyre viser reiselivsnæringens verdiskaping fordelt på bransjer.

⁴ Selskaper med omsetning i 2017

Figur 10: Til venstre: Utvikling i verdiskaping i reiselivsnæringen og handelsbransjen langs Nasjonal turistveg Senja. Til høyre: Fordeling av verdiskaping i reiselivsbransjen langs Nasjonal turistveg Senja i 2017 på bransjer. Kilde: Menon



Reiselivsbedriftene i influensområdet stod for en verdiskaping på 27 millioner kroner i 2017. Overnattingsstedene stod for 52 prosent av verdiskapingen, mens servering stod for 30 prosent og aktivitet og kultur stod for de resterende 18 prosentene. Kultur- og aktivitetsbransjen har mer enn doblet sin verdiskaping siden 2007 og veksten er nokså jevnt fordelt over år. Handelsnæringen stod for 15 millioner i verdiskaping i 2017, men har ikke hatt den samme veksten som reiselivet. Handelsnæringen domineres ofte av lokalbefolkning og således er ikke dette funnet overraskende, ettersom antall innbyggere har vært nokså stabilt gjennom perioden.

2.2.2. Referansegruppene

Som nevnt tidligere er formålet med denne analysen å undersøke om Nasjonale turistveger har hatt effekt på verdiskaping blant reiselivs- og handelsbedrifter langs veiene. En kombinasjon av relevante referansegrupper og kvalitative vurderinger basert på intervju med bedriftene er beste fremgangsmåte.

Vi har valgt å sammenligne utviklingen for reiseliv og handel langs Nasjonal turistveg Senja med lignende bedrifter på ulike geografiske nivå. Vi har valgt tre referansegrupper med utgangspunkt i intern næringsstruktur blant henholdsvis reiselivsbedriftene og handelsbedriftene. Våre referansegrupper er som følger:

- Lignende bedrifter i hele landet
- Lignende bedrifter i distriktet i Nord-Norge
- Lignende bedrifter i distriktet i Troms

Vi har valgt tre ulike geografiske nivå, Norge, Nord-Norge og Troms for å skille ut det som måtte være nasjonale, regionale og mer lokale utviklingstrekk. Vi har derfor valgt å sammenligne bedriftene i influensområdet med lignende bedrifter i distriktet både lokalt og regionalt.⁵ Vi sammenligner lignende bedrifter på tvers av byer og distrikter nasjonalt.

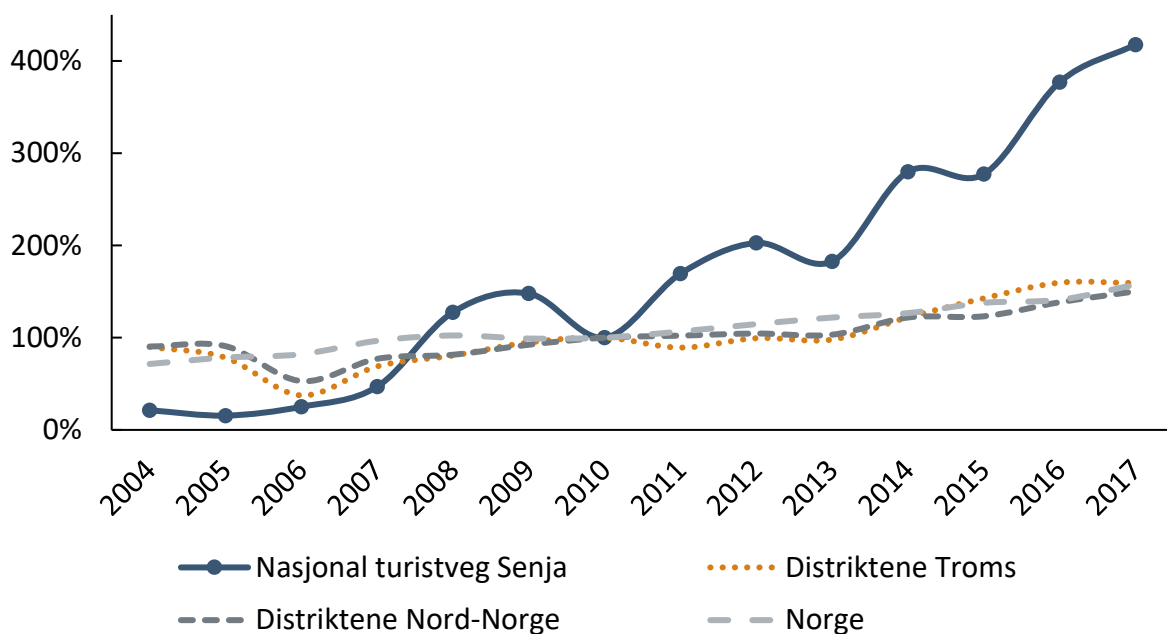
⁵ Distriktet er definert som NIBR sentralitetsindeks nivå 7 - 10.

2.3. Økonomisk utvikling over tid

I dette delkapittelet sammenligner vi utviklingen i reiselivsnæringen og handelsnæringen langs Nasjonal turistveg Senja med utviklingen i referansegruppene lokalt og nasjonalt. Vi ser også på utviklingen i reiselivsnæringens andel av næringslivet på tvers av regionene. Vi har indeksert utviklingen og valgt 2010 som indeksår.

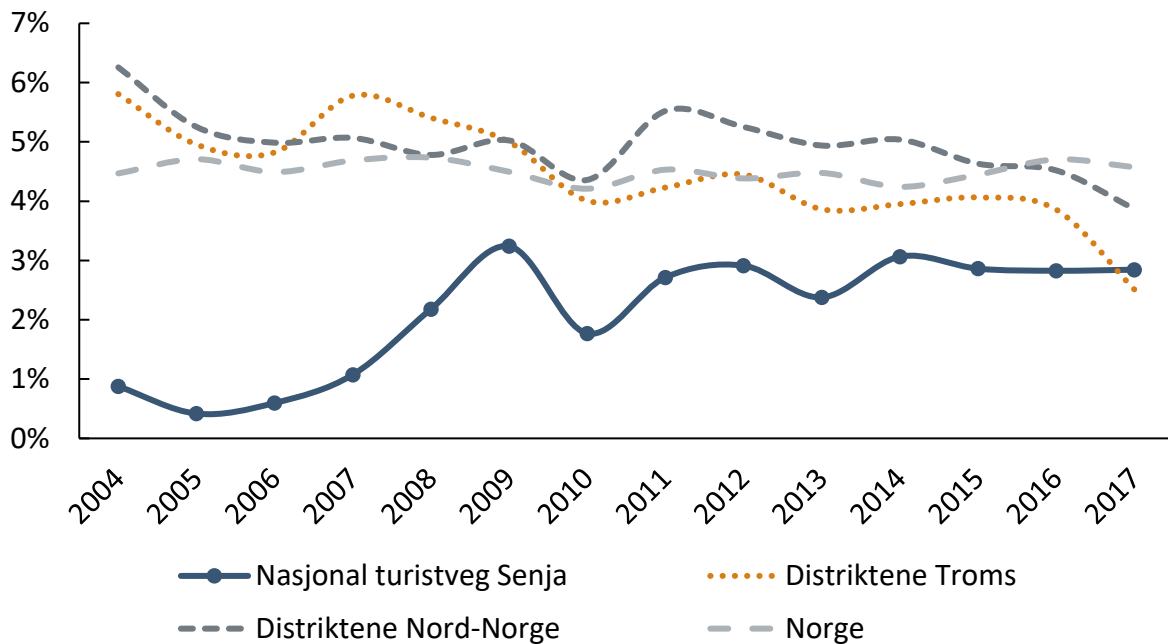
Figuren under viser den indekserte utviklingen i reiselivsbedrifter langs Nasjonal turistveg Senja sammenlignet med lignende bedrifter i referanseområdene. Figuren viser at reiselivsbedriftene langs turistvegen har hatt en langt høyere vekst enn referansegruppene. Bedriftene har mer enn firedoblet sin verdiskaping fra 2010 til 2017, mens sammenlignbare bedrifter i distriktene i Troms, Nord-Norge og nasjonalt alle har hatt en vekst på drøyt 50 prosent i samme periode. Dette er en klar indikator på at den nasjonale turistvegen har hatt en positiv innvirkning på bedriftene langs vege.

Figur 11: Indeksert utvikling for verdiskaping i reiselivet langs Nasjonal Turistveg Senja og referanseområdene. Kilde: Menon



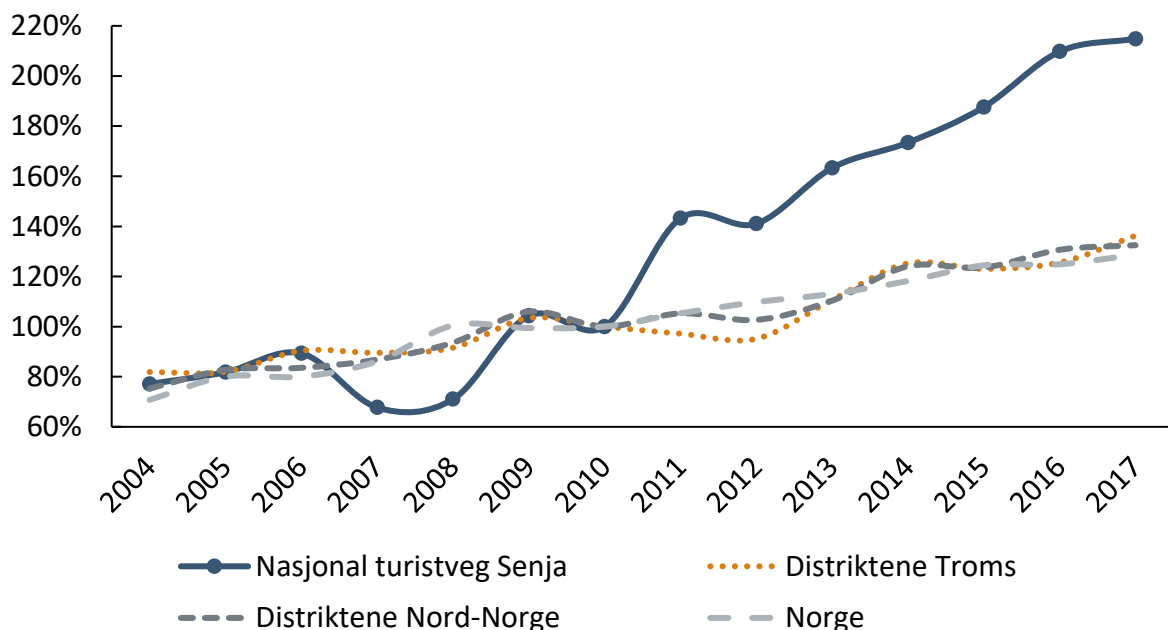
Figuren under viser reiselivsnæringens andel av verdiskapingen i næringslivet langs Nasjonal turistveg Senja og i referanseområdene. Reiselivsbedriftenes andel av verdiskapingen i næringslivet langs turistvegen har økt fra cirka 1 prosent i 2004 til omtrent 3 prosent i 2017. Vi ser at utviklingen i reiselivets viktighet for lokalt næringsliv langs turistvegen er ulik den vi ser i referanseområdene. Reiselivet har historisk vært viktigere i distriktene i Troms og Nord-Norge enn langs turistvegen på Senja, men reiselivets andel av verdiskaping har vært fallende de senere årene. Dette skyldes høy vekst i annet næringsliv, spesielt i sjømatnæringen. Sjømatnæringen utgjør også en stor andel av verdiskapingen langs Nasjonal turistveg Senja, men her har veksten i reiselivsbedriftene vært så høy at deres andel av næringslivet øker.

Figur 12: Reiselivsbedriftenes andel av næringslivets verdiskaping over tid langs Nasjonal turistveg Senja og referanseområdene. Kilde: Menon



Figuren under viser den indekserte utviklingen i reiselivsrelatert handel langs Nasjonal turistveg Senja sammenlignet med lignende bedrifter i referanseområdene. Utviklingen blant handelsbedriftene langs turistvegen har vært betydelig sterkere enn utviklingen innen referansegruppene siden 2010. Utviklingen blant handelsbedriftene sammenfaller i stor grad med den vi ser hos de mer spesialiserte reiselivsbedriftene. Veksten er derimot ikke like ekstrem som i det spesialiserte reiselivet ettersom lokalbefolkningen utgjør en viktigere kundegruppe blant handelsbedriftene.

Figur 13: Indeksert utvikling for verdiskaping i handelsbransjen langs Nasjonal Turistveg Senja og referanseområdene. Kilde: Menon



Folketallet i Senja kommunene har ligget nokså stabilt siden 2004, og den økte verdiskapingen i handelsbedriftene kan vanskelig forklares med annet enn betydelig økt turistkonsum.

2.4. Vår vurdering av økonomiske effekter

Vi vurderer det som svært sannsynlig at Statens vegvesens satsning på Nasjonal turistveg Senja har hatt positiv effekt på utviklingen i det reiselivsrelaterte næringslivet lokalt. Våre verdiskapingstall viser at verdiskapingsveksten har vært svært god, langt bedre enn tilsvarende næringsliv i referanseområdene.

Veksten i reiselivet langs Nasjonal turistveg Senja har vært svært høy i hele tidsperioden. Fra 2004 til 2010 var den årlige verdiskapingsveksten på 30 prosent, mens veksttakten etter 2010 har vært på 23 prosent i året. Denne veksten har bidratt til at reiselivet utgjør en tre ganger større andel av næringslivet i 2017 sammenlignet med 2004.

Utsiktspunktet ved Tungeneset ble fullført i 2008, og dette markerer også starten på den eksplosive veksten i reiselivet langs turistvegen. Siden er ytterligere prosjekter gjennomført og veksten i reiselivsnæringen har vært kontinuerlig høy. Den svært høye veksten langs Nasjonal turistveg Senja må sees i lys av flere faktorer. Det har over lang tid vært en stor økning i turister som søker unike naturopplevelser. I tillegg har reiselivsaktiviteten til Tromsø eksplodert, sterkt drevet av stor etterspørsel etter Nordlysturisme. Parallelt med dette har det blitt gjennomført flere prosjekter langs turistvegen på Senja. Veksten i nedslagsområdet til Tromsøturismen er høy, men generelt ikke i nærheten av den veksten vi ser i reiselivsnæringen konsentrert rundt turistvegen. Dette er en tydelig indikasjon på at turistvegprosjektene har bidratt til å øke veksttakten i reiselivet langs strekningen. Funnene understøttes av intervjuer med næringslivsaktører i området.

For å kartlegge nærmere hvordan reiselivsaktører oppfatter betydningen av Nasjonal turistveg Senja, har det blitt gjennomført 24 intervjuer med aktører i reiselivet og i influensområdene. En tydelig tilbakemelding fra intervjuene er at Nasjonal turistveg Senja har hatt en svært positiv betydning for bedrifter og for bygdene langs veien. Heidi Munkvold, salgssjef Hamn i Senja, påpeker at turistvegen har hatt enorm betydning og at folk kommer for å se turistvegen, de vet at det er vakkert. «Omsetningen har økt år for år, fra 12,5 million kroner i 2011 til over 28 millioner kroner i 2016 og 36 millioner kroner i 2017, så det har økt voldsomt». Samme budskap har Ove Strand ved Senja Turbil som forteller at «turistvegen har enorm betydning både for oss som bedrift og for bygda». Morten Eriksen, kjøpmann Joker Skaland, sier at «turistvegen har hatt enorm betydning. Vi som ferdens langs veien ser at det bestandig står folk på stoppestedene... Sammen med bygdefolket dobler det omsetningen i butikken vår. Det har økt hvert år, særlig om vinteren». Geir Tony Andreassen, daglig leder/eier Senjastua på Siland kan også bekrefte at turistvegen har hatt stor betydning for sitt selskap, særlig fordi tilførselen hovedsakelig kommer over broen. Siden fergene har begrenset sesong og kapasitet, gjør turistvegen Senja attraktiv.

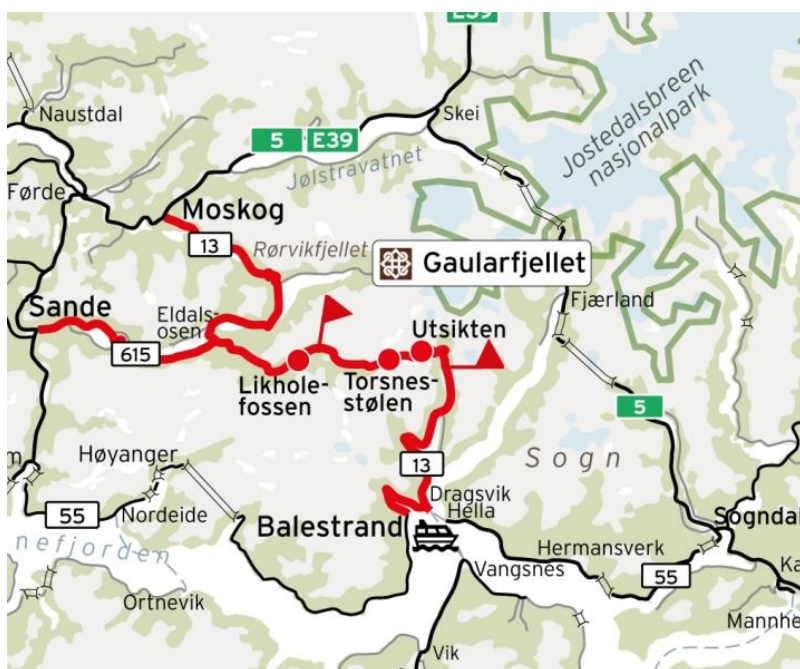
3. Nasjonal turistveg Gaularfjellet

Vår konklusjon er at Nasjonal turistveg Gaularfjellet har økt verdiskapingen til reiselivsbedrifter langs traseen. I perioden 2010 til 2017 har de reiselivsrelaterte bedriftene langs Nasjonal turistveg Gaularfjellet hatt en verdiskapingsvekst på 60 prosent. Veksten har vært sterkere enn lignende reiseliv på Vestlandet og i Norge, mens utviklingen har vært lik som i Sogn og Fjordane ellers. Nasjonal turistveg Gaularfjellet beholder dermed sin inntektsandel fra turismen til distriktene i Sogn og Fjordane. Gitt den generelle veksten i opplevelsesturisme og mer etablerte severdigheter ellers i fylkets distrikter må dette sees på som en positiv utvikling.

3.1. Vegstrekningen

Gaularfjellet er et fjellområde i Sogn og Fjordane som ligger på grensen mellom kommunene Gaular, Balestrand og Førde. Landskapet i området er vilt med dypt nedskårne daler og fjorder mellom fjellene. Den høyeste fjelltoppen er Sunnfjordbjørnen på 1 615 moh. Gaularfjellets varierte terreng og det varig vernede Gaularvassdraget gjør området svært attraktivt for turgåere på både sommer- og vinterstid.

Figur 14: Kart over Jostedalsskogen nasjonalpark og Nasjonal turistveg Gaularfjellet.



Nasjonal turistveg Gaularfjellet strekker seg over 114 kilometer og går fra Balestrand til Moskog, og mellom Sande og Eldalsosen. Strekingen mellom Mel og Mjell er stengt på vinterstid og er merket med røde flagg i kartet over. I 1853 ble det for første gang søkt om midler til å bygge en vei over fjellet, men det skulle gå nesten 100 år før den faktisk ble en realitet. Etter at veien åpnet i 1938 ble den raskt en viktig ferdselsåre, men i dag er den et fredelig alternativ til hovedveiene som tar unna det meste av trafikken. Opplevelsen over fjellet er derfor rolig og avdempet, der kvaliteten ligger i detaljene. Veien starter langs Sognefjorden før den slynger seg oppover det mektige landskapsrommet mot det høyeste punktet på Gaularfjellet. Her er det bygget en betongplatt som svever 18 meter ut fra fjellveggen, 700 meter over havet. På rasteplassen ved Utsikten kan en nyte det fantastiske utsiktspunktet med høye fjell på 1 500 meter i bakgrunnen. Deretter går veien langs det fredede Gaularvassdraget med sprudlende stryk og fosser. Fra Nystølen til Eldal er det bygget en sammenhengende

fossesti på om lag 25 kilometer. Her kan man virkelig kjenne nærheten til natur ved å ta bena fatt. Broen over Likholefossen anses å være selve høydepunktet og gir deg følelsen av å være midt i det spektakulære fossesuget.

Figur 15: Nasjonal turistveg Gaularfjellet mellom Balestrand – Moskog og mellom Sande – Eldalosen slynger seg fra fjorden og opp til høyeste punkt på Gaularfjellet i et mektig landskapsrom. Utsiktspunktet Utsikten åpnet i 2016 © Jiri Havran/Statens vegvesen.



Under følger en oversikt over tidspunkt for ferdigstilling for de viktigste utbyggingsprosjektene langs turistvegen.

Tabell 3: Kronologisk oversikt over fullførte prosjekter på Nasjonal turistveg Gaularfjellet

Installasjon	Fullføringsår
Likholefossen	2006
Fossestien (ikke et tiltak i regi av Nasjonale turistveger, men de har bistått med parkering i forbindelse med de fire innfartspunktene i 2009, samt infotavler ved innfartspunktene i 2013)	2009 og 2013
Utsikten: Utsiktspunkt med parkering og toalett	2016
Mirage: Kunstverk og sti Torsnesstølen – Malawi	2016
Hestad kapell: Rasteplass og toalett	Planlagt ferdig innen 2023
Eikelandsfossen: Utsiktspunkt og sti	Planlagt ferdig innen 2023

3.2. Datagrunnlaget

Vi benytter fortsatt Menons regnskapsdatabase for å få fram tall på verdiskaping og analyserer det stedsbudne reiselivet, det vil si opplevelssebransjene overnatting, servering og aktiviteter og kultur, samt handelsbransjen.

3.2.1. Bedriftene i influensområdet

Influensområdet fra Nasjonal turistveg Gaularfjellet strekker seg fra Balestrand til Moskog, og fra Sande til Eldalsosen (fylkesvei 55/13/610). Influensområdet avgrenses på postnummer og inkluderer Sande i Sunnfjord, Viksdalen, Balestrand og Førde. Nasjonal turistveg Gaularfjellet grenser også til postnumrene Vassenden og Haukedalen. Disse er derimot ikke inkludert i influensområdet ettersom vi ønsker å rendyrke turistveiens effekter på områdene som knytter seg direkte til veien.

Det er totalt 23 aktive⁶ rapporteringspliktige reiselivs- og handelsbedrifter i vårt definerte influensområde. 17 av disse opererer i opplevelsesbransjene overnatting, servering og aktivitet og kultur, mens 6 bedrifter driver detaljhandel og annen turistrelatert handel. I tabell 2 vises deskriptiv statistikk over bedriftene og deres verdiskaping brutt ned på influensområdets postkretser.

Tabell 4: Rapporteringspliktige reiselivs- og handelsbedrifter etter postkretser langs Nasjonal turistveg Gaularfjellet (2017).
Kilde: Menon

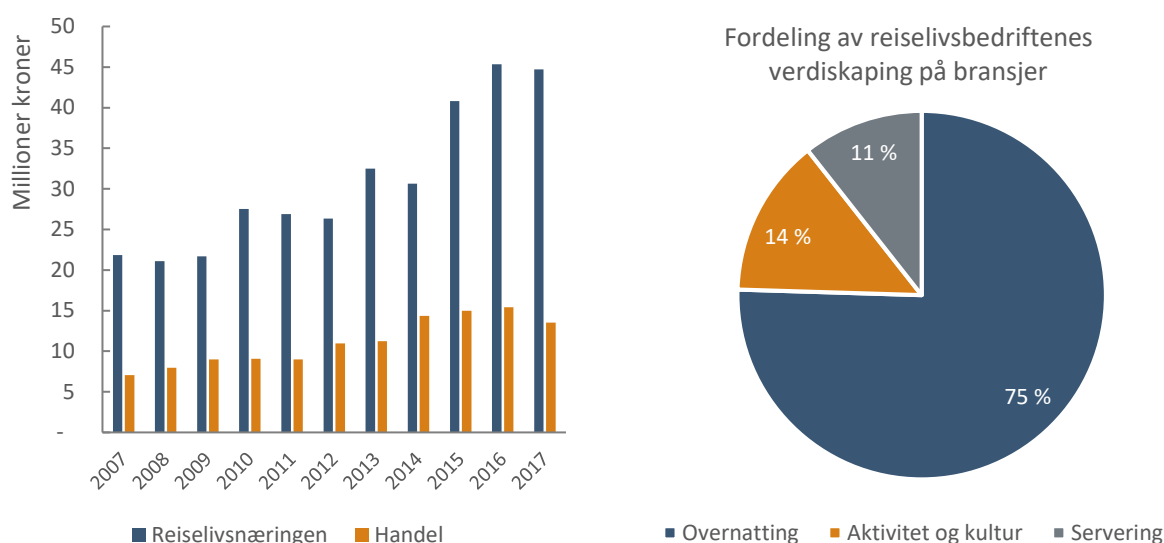
Poststed	Antall aktive reiselivs- og handelsbedrifter	Verdiskaping i reiseliv og handel (mill. nok)	Største reiselivsbedrift
6899 Balestrand	11	41,6	Kviknes Hotell
6973 Sande i Sunnfjord	9	11,9	Ferske Smakar
6819 Førde	2	3,1	Musea i Sogn og Fjordane
6978 Viksdalen	1	1,6	-

Tabellen viser at over to tredeler av all reiselivsrelatert næringsvirksomhet foregår i postkretsen Balestrand. I Balestrand finner vi aktører innen alle opplevelsesbransjene; overnatting, servering og aktivitet og kultur. Overnattingsstedene står imidlertid for den største andelen av verdiskapingen i postkretsen med aktører som Kviknes Hotel og Balestrand Hotell. Sparbutikken i Sande skaper betydelig verdiskaping, men vi finner også andre aktører som Sande Kro og Hotell og serveringsstedet Ferske Smakar i postkretsen. Den nylig oppstartede opplevelsesbedriften Til Fjells holder hus i Førde mens Viksdalen Handel er eneste rapporteringspliktige reiselivsrelaterte aktør i Viksdalen postkrets.

Figuren under til venstre viser utviklingen i absolutt verdiskaping innen reiselivsnæring og handel i influensområdet. Figuren under til høyre viser reiselivsnæringens verdiskaping fordelt på bransjer.

⁶ Selskaper med omsetning i 2017

Figur 16: Til venstre: Utvikling i verdiskaping i reiselivsnæringen og handelsbransjen langs Nasjonal turistveg Gaularfjellet. Til høyre: Fordeling av verdiskaping langs Nasjonal turistveg Gaularfjellet i 2017 på bransjer. Kilde: Menon



Reiselivsbedriftene i influensområdet stod for en verdiskaping på 45 millioner kroner i 2017. Overnattingsstedene stod for 75 prosent av verdiskapingen, mens aktivitet og kultur og servering fordeler seg relativt likt på de resterende 25 prosentene, med henholdsvis 14 og 11 prosent. Serveringsbransjen har hatt høyest verdiskapingsvekst av det stedbundne reiselivet de siste ti årene, med nærmest en firedobling i perioden. Innen overnatting har også veksten vært høy i perioden fra 2007 til 2017. Samlet sett hadde reiselivsnæringen over dobbelt så høy verdiskaping i 2017 som i 2007. Handelsnæringen stod for over 13 millioner i verdiskaping i 2017, men har ikke hatt den samme veksten som reiselivet. Handelsnæringen domineres ofte av lokalbefolkning og således er ikke dette funnet overraskende, ettersom antall innbyggere har vært nokså stabilt gjennom perioden.

3.2.2. Referansegruppene

Som nevnt tidligere er formålet med denne analysen å undersøke om Nasjonale turistveger har hatt effekt på verdiskaping blant reiselivs- og handelsbedrifter langs veiene. En kombinasjon av relevante referansegrupper og kvalitative vurderinger basert på intervju med bedriftene er beste fremgangsmåte.

Vi har valgt å sammenligne utviklingen for reiseliv og handel langs Nasjonal turistveg Gaularfjellet med lignende bedrifter på ulike geografiske nivå. Vi har valgt tre referansegrupper med utgangspunkt i intern næringsstruktur blant henholdsvis reiselivsbedriftene og handelsbedriftene. Våre referansegrupper er som følger:

- Lignende bedrifter i hele landet
- Lignende bedrifter i distriktet i Sogn og Fjordane⁷
- Lignende bedrifter i distriktet i Vestlandfylkene⁸.

⁷ Det finnes hele fire Nasjonale turistveger i Sogn og Fjordane. For å ikke sammenligne med andre turistvegprosjekter har vi på tilsvarende vis definert influensområder for disse veiene og utelatt disse fra referanseområdet.

⁸ Rogaland, Hordaland, Sogn og Fjordane, og Møre og Romsdal

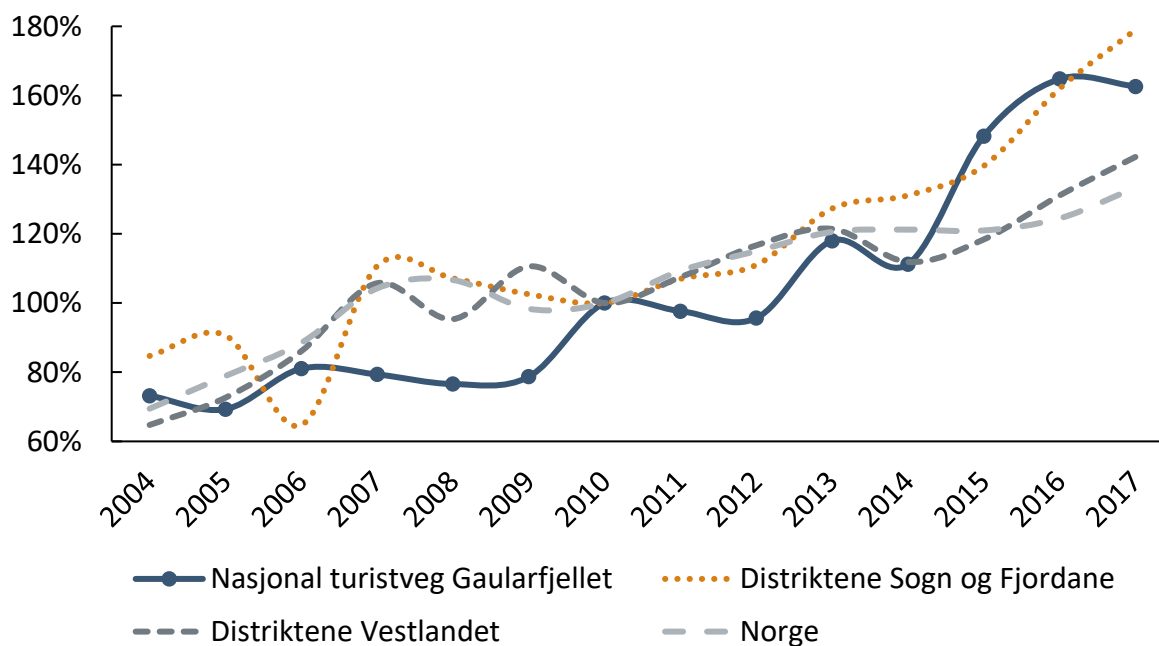
Vi har valgt tre ulike geografiske nivå, Norge, Vestlandsfylkene og Sogn og Fjordane for å skille ut det som måtte være nasjonale, regionale og mer lokale utviklingstrekk. Vi har derfor valgt å sammenligne bedriftene i influensområdet med lignende bedrifter i distriktet både lokalt og regionalt.⁹ Vi sammenligner lignende bedrifter på tvers av byer og distrikter nasjonalt.

3.3. Økonomisk utvikling over tid

I delkapittelet sammenligner vi utviklingen i reiselivsnæringen og handelsnæringen langs Nasjonal turistveg Gaularfjellet med utviklingen i referansegruppene lokalt og nasjonalt. Vi ser på utviklingen i reiselivsnæringens andel av næringslivet på tvers av regionene. Vi har indeksert utviklingen og valgt 2010 som indeksår.

Figuren under viser den indekserte utviklingen i reiselivsbedrifter langs Nasjonal turistveg Gaularfjellet sammenlignet med lignende bedrifter. Figuren viser at reiselivsbedriftene langs turistvegen har hatt en sterkere vekst enn referansegruppene på nasjonalt og regionalt nivå. Bedriftene har hatt over 60 prosent verdiskapingsvekst fra 2010 til 2017, en vekst som er over 20 prosentpoeng høyere enn lignende bedrifter i distriktene på Vestlandet og nær dobbelt så høy som lignende bedrifter i hele landet forøvrig.

Figur 17: Indeksert utvikling for verdiskaping i reiselivet langs Nasjonal turistveg Gaularfjellet og referanseområdene. Kilde: Menon



Sammenlignet med distriktene i Sogn og Fjordane har den relative veksten variert over tidsperioden. Reiselivsbedriftene langs Nasjonal turistveg Gaularfjellet vokste mer mellom 2004 og 2010 enn sammenlignbare bedrifter i distriktene i Sogn og Fjordane¹⁰. Fra 2010 til 2014 vokste verdiskapingen i reiselivet mer i distriktene, mens reiselivsbedriftene langs Nasjonal turistveg Gaularfjellet hadde en klart høyere relativ vekst mellom 2014

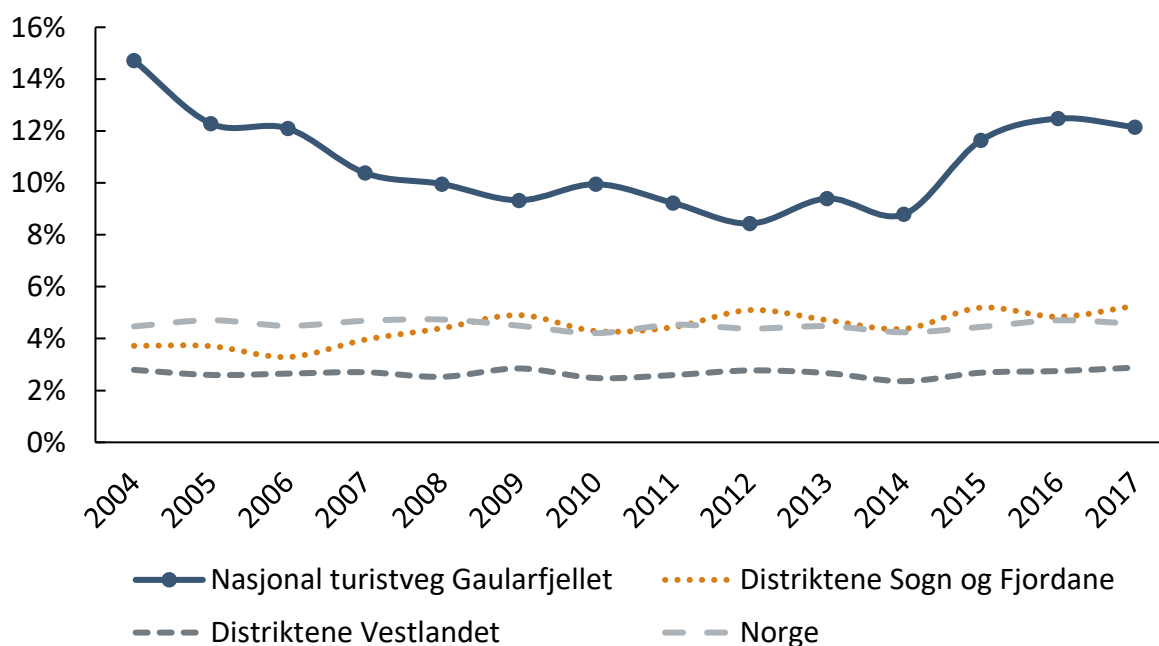
⁹ Distriktet er definert som NIBR sentralitetsindeks nivå 7 - 10.

¹⁰ Utviklingen i starten av tidsperioden må tolkes med varsomhet. Nivåene var lave, både langs Nasjonal turistveg Gaularfjellet og i distriktene i Sogn og Fjordane. Dette fører til at lav absolutt vekst kan føre til store utslag i den indekserte utviklingen.

og 2016. Veksten i denne perioden kan hovedsakelig knyttes til utbyggingen av E39 fra Øksland til Sande, da mange arbeidere bodde fast på overnattingssteder langs turistvegen. Sande Kro og Hotell fikk eksempelvis jobben med å ta seg av en rekke entreprenører som hadde etablert base på Sande. I tillegg til overnatting lagde de mat til alle de tilsatte, pluss at de gjennomførte all renhold og servering på to brakkerigger. Dette ga et klart hopp i selskapets inntjening sammenliknet med tidligere år.¹¹ Verdiskapingsveksten i reiselivet langs Nasjonal turistveg Gaularfjellet var således svært høy mellom 2014 og 2016, men avtok betydelig etter veiutbyggingen i 2016. Ser vi bort fra de ekstra inntektene veiutbyggingen genererte, har det vært en jevnere og utelukkende positiv vekst fra 2014 til 2017. Uavhengig av veiutbyggingen har verdiskapingsveksten i perioden 2012-2017 vært på nivå med veksten i Sogn og Fjordanes distrikter.

Figuren under viser reiselivsnæringens andel av verdiskapingen i næringslivet langs Nasjonal turistveg Gaularfjellet og i referanseområdene. Reiselivsbedriftenes andel av næringslivets verdiskaping er betydelig høyere langs Nasjonal turistveg Gaularfjellet enn i referanseområdene. Reiselivsandelen langs turistvegen sank jevnt fram til 2014, før andelen har tatt seg opp igjen de senere årene. I 2017 utgjorde reiselivet 12 prosent av verdiskapingen langs Nasjonal turistveg Gaularfjellet. Reiselivet utgjorde omtrent 5 av verdiskapingen i distriktene nasjonalt og i Sogn og Fjordane, mens andelen er lavere i distriktene på Vestlandet.

Figur 18: Reiselivsbedriftenes andel av næringslivets verdiskaping over tid langs Nasjonal turistveg Gaularfjellet og referanseområdene. Kilde: Menon

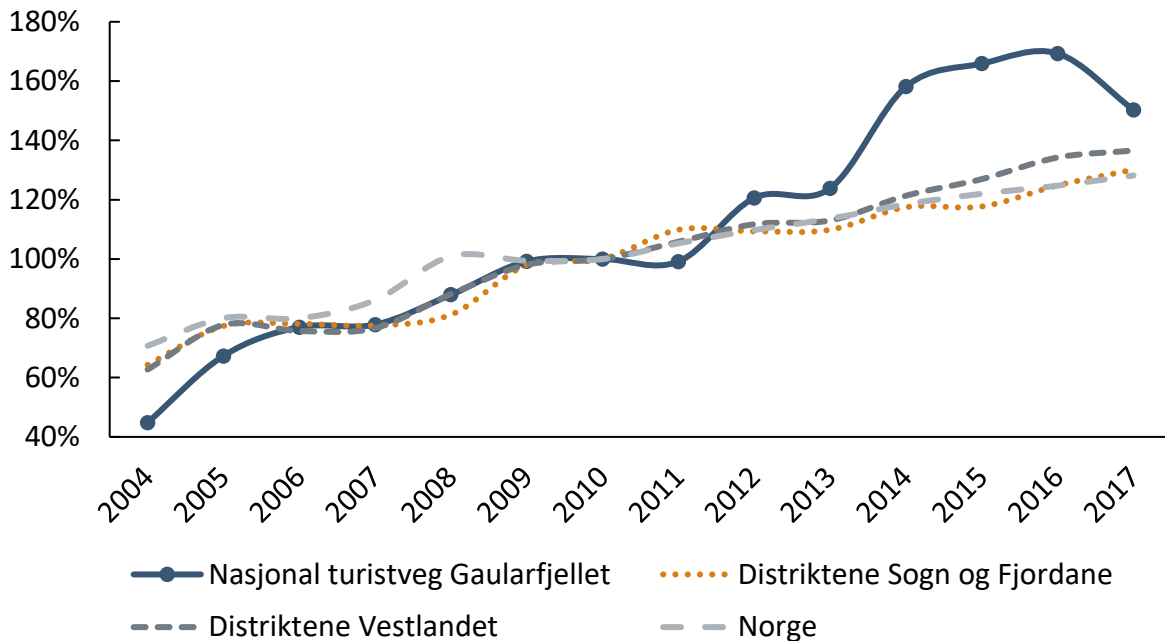


Figuren under viser den indekserte utviklingen i reiselivsrelatert handel langs Nasjonal turistveg Gaularfjellet sammenlignet med lignende bedrifter i referanseområdene. Utviklingen blant handelsbedriftene langs turistvegen har totalt sett vært ganske lik utviklingen i referansegruppene siden 2010. Utviklingen mellom 2010 og 2017 langs Nasjonal turistveg Gaularfjellet skiller seg derimot ut fra referanseområdene. Handelsbedriftene økte relativt sett sin verdiskaping betydelig mer langs Nasjonal turistveg Gaularfjellet fram til 2015 enn tilsvarende bedrifter i referanseområdene. Trolig kan den kraftige veksten i handelsbransjens verdiskaping

¹¹ <https://www.firda.no/nyhende/e39-millionane-dryp-pa-per/s/1-51-7530945>

relateres til tilstrømmingen av arbeidere i forbindelse med utbyggingen av E39. Nedgangen i verdiskaping siden 2016 samsvarer også med veiens ferdigstillelse. Uten veiutbyggingen er det overveiende sannsynlig at veksten i 2014 ikke hadde vært like markant, samt at den negative veksten i året da veien ble ferdigstilt, ikke hadde funnet sted.

Figur 19: Indeksert utvikling for verdiskaping i handelsbransjen langs Nasjonal turistveg Gaularfjellet og referanseområdene. Kilde: Menon



3.4. Vår vurdering av økonomiske effekter

Vår konklusjon er at Statens vegvesens satsning på Nasjonal turistveg Gaularfjellet sannsynligvis har bidratt til økt verdiskaping for det reiselivsrelaterte næringslivet langs traseen.

Fra 2004 til 2010 var den årlige verdiskapingsveksten i reiselivet langs strekningen på 5 prosent, mens veksttakten etter 2010 har vært på 7 prosent i året. Fra 2010 til 2012 var veksten lavere langs Nasjonal turistveg Gaularfjellet enn i referanseområdene, men etter 2012 tok veksttakten seg betydelig opp. Dette har bidratt til at reiselivets andel av næringslivet økte med 4 prosentpoeng de siste fem årene.

Våre verdiskapingsstall viser at verdiskapingsveksten har vokst mer enn tilsvarende næringsliv i Norge og på Vestlandet, men at utviklingen er tilnærmet lik som for distriktene i Sogn og Fjordane. Sogn og Fjordane har hatt en generelt høy vekst, hvilket skyldes at etterspørselen etter unike naturopplevelser har steget betraktelig i lengre tid. Til tross for at andre destinasjoner i området har mer spektakulære opplevelser som tiltrekker seg turisme, er det lovende at Gaularfjellet klarer å holde følge med utviklingen vi ser disse stedene. Utsikten, som ble bygget i 2016, skiller seg ut som en særegen attraksjon og kan bidra til å tiltrekke en større andel av opplevelsesturismen i regionen til Gaularfjellet i de kommende årene. Imidlertid er det et viktig poeng man må ha i bakhodet når en vurderer utviklingen langs vegstrekningen Gaularfjellet opp mot andre steder i Sogn og Fjordane. Gaularfjellet må sees på som en del av et helhetlig besøk i Sogn og Fjordane, og derfor er det mindre sannsynlig at bedriftene langs vegstrekningene vil vokse langt høyere enn andre bedrifter i fylket, selv om satsningen har ønsket effekt. Basert på at reiselivsnæringen langs Nasjonal turistveg Gaularfjellet har vokst mer

enn sine nasjonale og regionale referansegrupper, og tilsvarende som bedrifter lokalisert i områder med mer etablerte severdigheter ellers i Sogn og Fjordane, mener vi at det er klare indikasjoner på at turistvegsatsningen har hatt positiv effekt på det reiselivsrelaterte næringslivet.

Dette kommer også tydelig frem gjennom de 24 intervjuene som har blitt gjennomført med aktører i reiselivet og i influensområdene. Ordføreren i Gaular kommune, Mathias Råheim, uttaler at Turistvegen er udelt positivt for Gaular kommune. Det har vært en sterk økning i trafikken siden Turistvegen ble etablert og han tror det er kombinasjonen av attraksjonene Utsikten, Likholefossen og Fossestien som gjør veien så populær. Vidar Slettehaug, Sunnfjord Utvikling/Visit Sunnfjord sier at ferdigstillingen av Utsikten har vært et vendepunkt for dem. Utsikten har bidratt til å gjøre turistvegen attraktiv og fremstår som et trekkplaster i forbindelse med markedsføring og salg. Trond Amland, NCE Tourism, påpeker at «Nasjonale Turistveger har enorm betydning i å skape infrastruktur og nye attraksjoner, samt i å lede trafikken til steder som ellers kanskje ikke ville ha blitt besøkt så mye». Andre reiselivsaktører i regionen synes også å være av samme oppfatning hva gjelder turistvegens viktighetsgrad. Anne Randi Farnes fra Dragsvik Fjordhotell forteller at turistvegen har stor betydning for deres virksomhet. «Den betyr veldig mye for oss. Vi sender de fleste på dagsturer dit, eller på rundreiser, så den er veldig verdifull med selve fjellet, naturområdet, Utsikten og de andre punktene». Hun opplyser videre at hotellets omsetning har vært stigende de tre siste årene. Kari Kvikne fra Kviknes Hotell i Balestrand mener turistvegen har særlig stor betydning for den individuelle trafikken, de som kommer meg egne biler eller leiebiler. Markedet er således i endring og dette vises tydelig i statistikken. «Tidligere var ca. 90 prosent av våre gjester grupper, mens 10 prosent var individuelt reisende. Nå er fordelingen nærmere 50/50».

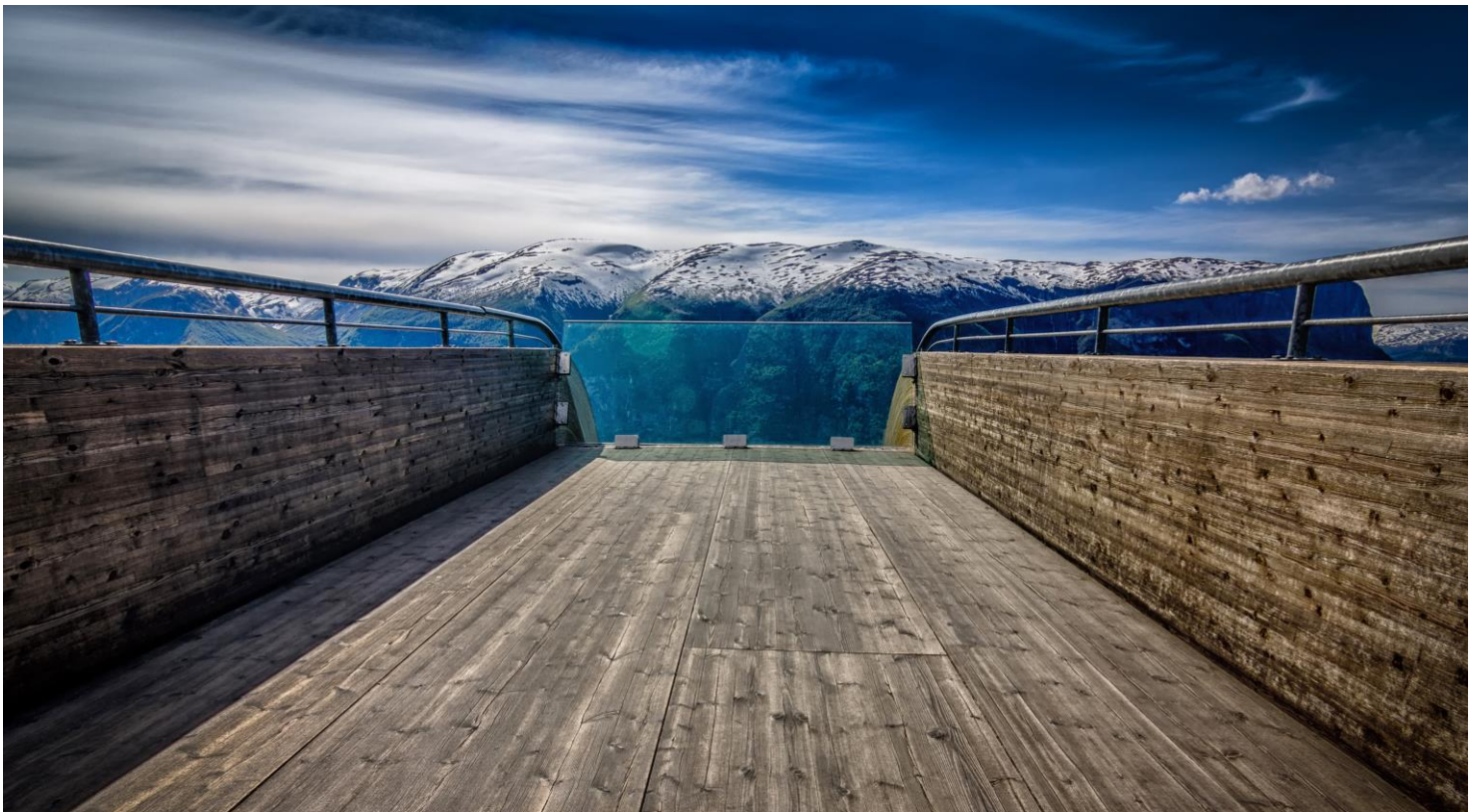
4. Konklusjon og anbefalinger

Vi finner at det reiselivsrelaterte næringslivet langs turistvegene har hatt en høyere verdiskapingsvekst enn sammenlignbare referansegrupper etter åpning av turistvegstrekningenes viktigste attraksjoner. Reiselivsbedriftene langs Nasjonal turistveg Senja har hatt svært mye høyere vekst enn alle sine referansegrupper, mens reiselivsbedriftene langs Nasjonal turistveg Gaularfjellet har vokst mer enn sine regionale og nasjonale referansegrupper, men tilsvarende som sammenlignbare bedrifter i Sogn og Fjordane.

Denne rapporten støtter opp under funnene i rapporten fra 2017 som fant positive effekter av turistvegsatsningene Varanger og Rondane. Resultatene er også sammenlignbare ettersom metodikken er den samme som ble brukt i den foregående rapporten.

De to rapportene om de Nasjonale turistvegene Rondane, Varanger, Senja og Gaularfjellet har sett på det rapporteringspliktige reiselivets utvikling i verdiskaping sammenlignet med tilsvarende bedrifter i sammenlignbare områder. Dette gir verdifull innsikt i om turistvegene har hatt ønsket effekt på lokalt næringsliv. Samtidig fanger ikke denne metodikken opp effekten på alt næringsliv. Enkeltmannsforetak er eksempelvis ikke rapporteringspliktige, og vi finner et betydelig innslag av denne selskapsformen langs strekningene. I videre analyser kunne det vært interessant å se på omfanget av nyetablerte enkeltmannsforetak og deres vekst i influensområdene til turistvegene.

En stor andel av effekten fra de nasjonale turistvegene kommer sannsynligvis av brukernytte for de reisende langs veien i form av bedre opplevelser. Som en konsekvens av at bruk av Nasjonale turistveger og besøk av attraksjonene er gratis, finnes det per i dag ikke god statistikk på bruk av turistveger og besøk ved attraksjonene. Mangel på statistikk på antall besøk ved samtlige attraksjoner vanskeliggjør analyse av attraksjonene i forhold til hverandre, utviklingstrekk over tid og verdien av attraksjonene for turister og reiseliv. Menon mener det kan være hensiktsmessig å inkludere måling av besøkende av attraksjonene ved Nasjonale turistveger i framtidige effektmålinger av de nasjonale turistvegene. Dette kan gjøres med veitellinger og mobildata, gjerne i kombinasjon. Dette ble også anbefalt i foregående rapport.



Menon Economics analyserer økonomiske problemstillinger og gir råd til bedrifter, organisasjoner og myndigheter. Vi er et medarbeidereiet konsultentselskap som opererer i grenseflatene mellom økonomi, politikk og marked. Menon kombinerer samfunns- og bedriftsøkonomisk kompetanse innenfor fagfelt som samfunnsøkonomisk lønnsomhet, verdsetting, nærings- og konkurranseøkonomi, strategi, finans og organisasjonsdesign. Vi benytter forskningsbaserte metoder i våre analyser og jobber tett med ledende akademiske miljøer innenfor de fleste fagfelt. Alle offentlige rapporter fra Menon er tilgjengelige på vår hjemmeside www.menon.no.

+47 909 90 102 | post@menon.no | Sørkedalsveien 10 B, 0369 Oslo | menon.no